

フードサービス業におけるジャポニカ米利用 —アメリカ合衆国・カリフォルニア州での利用事例—

「世界のジャポニカ米と日本産米の競争力」公開セミナー

2015年2月13日

科研費・基盤A: 外国産ジャポニカ米の官能食味試験
評価および国産米競争力分析に関する
学際研究



秋田県農業試験場
企画経営室 研究員 齋藤文信

1. はじめに ①関心が高まる日本食

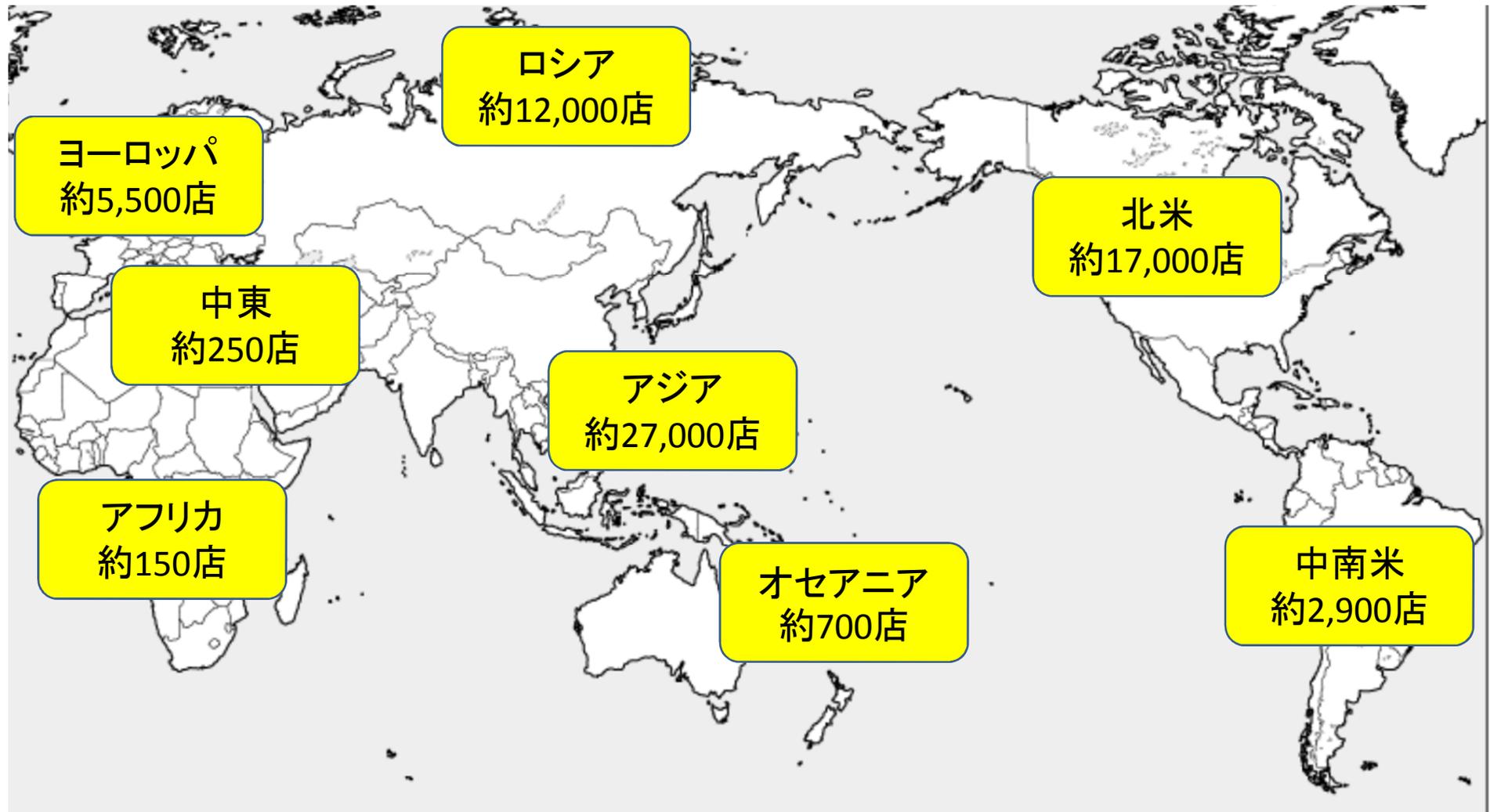
- 訪日外国人が来日時に実施した活動(観光庁調査)
1位「日本食を食べること」(95%)
- 訪日外国人は回転寿司やラーメンへの関心も高い(リクルート調査)
- ユネスコ無形文化遺産に「和食」(日本食文化)が登録



- 日本国内外で日本食に対する関心は一層高まる
- 海外において日本食レストランの店舗数は増加していく

※海外の日本食レストランの店舗数を把握する試み

2. 世界の日本食レストラン数の状況 (1) 世界各地の店舗数



出所: 農林水産省外食産業室「日本食・食文化の海外普及について」2013年6月より引用

2. 世界の日本食レストラン数の状況

(2) 店舗数の推移

	アジア	ロシア	ヨーロッパ	北米
2006年	約10,000	約1,000	約2,500	約14,000
2013年	約27,000	約1,200	約5,500	約17,000
増減率	170.0%	20.0%	120.0%	21.4%

	中南米	中東	アフリカ	オセアニア
2006年	約1,500	約100	約50	約1000
2013年	約2,900	約250	約150	約700
増減率	93.3%	150.0%	200.0%	-30.0%

出所: 農林水産省外食産業室「日本食・食文化の海外普及について」2013年6月より引用し、増減率を算出

3. 多様な日本食とコメの関わり

- 海外の日本食レストランで提供される料理
伝統的な日本料理だけではない
 - ・寿司(低価格持ち帰り寿司・回転寿司)
→現地化されているものもある(ex.カリフォルニアロール)
 - ・カレーライス
 - ・丼物
 - ・うどん、そば、ラーメンなど麺類
- 日本食レストランの増加(日本食ブーム)は、ジャポニカ米と大きな関係がある
 - 日本産米の輸出に影響(藤野・2010年)
 - 寿司の消費増が中・短粒種の需要増へ(伊東・2013)

4. カリフォルニア州における日本食レストラン (1) 店舗数など概況

- JETRO(日本貿易振興機構)による調査
カリフォルニア州は米国でもっとも日本食レストランの多い州
 - ・2,896店(2005年)→3,963店(2010年)
- 背景
 - ・日系移民
 - ・日本企業の進出
- 最近では
 - ・非日系の小売店や飲食店でも日本食(らしきもの含む)が増加している
 - スシポリスの導入が検討される

4. カリフォルニア州における日本食レストラン (2) ジャポニカ米の利用

① 調査対象の概要 (ヒアリング調査は2014年6月)

企業名	業態	平均客単価	店舗数	出店(販売)地域
A社	寿司店	11USD(平日)、 15~16USD(週末)	12店舗	ロサンゼルス郡
B社	炊飯ベンダー	—(3~10USD)	約40店	冷凍品は東海岸まで
C社	スーパー内に 出店する寿司 店のFC展開	5~11USD	約3,277店 舗 (国内店舗 数)	45州に店舗(カナダ・ オーストラリアにも出店)

ヒアリング調査により作成

各社ともに代表取締役は日本出身

ヒアリング対応者はA・B社が代表取締役、C社が仕入れ責任者

4. カリフォルニア州における日本食レストラン

(2) ジャポニカ米の利用

② 調査対象各社で利用するコメの概要

	年間使用量	使用しているコメ	産地	その他
A社	110t	寿司:ニシキ・M401 弁当:田牧米(コシヒカリ)	カリフォルニア産	白米のみ 炊飯は各店舗
B社	250t	カルローズ80% コシヒカリ・あきたこまち 20%	カリフォルニア産	玄米は10%未満 炊飯米が80% (内訳:寿司飯70% 白飯30%) 冷凍米飯20%
C社	1,135t	カルローズ (過去にM401・M201の使 用もあり)	北カリフォルニア 産限定	白米が80% 玄米が20% 炊飯は各店舗

ヒアリング調査により作成

4. カリフォルニア州における日本食レストラン

(3) 調査対象各社からみた動向

① 日本食レストランの動向

	各社からみた動向
A社	<ul style="list-style-type: none">・日本食レストラン以外（Buffetなど）でも日本食メニュー取り入れることが増えている・カジュアルな日本食の増加でさらに日本食のすそ野が広がる
B社	<ul style="list-style-type: none">・客層が広がっていく（カリフォルニア州外の企業との取引が増加）・新規取引企業は非日系企業が多く、日本食の拡大が見込まれる
C社	<ul style="list-style-type: none">・過去最高の売上高（2014年）。・既存店売上も伸ばす余地があり、日本食は堅調・FC加盟希望も増加しており、出店ペースは維持

ヒアリング調査により作成

4. カリフォルニア州における日本食レストラン

(3) 調査対象各社からみた動向

② ジャポニカ米の動向

	各社からみた動向
A社	<ul style="list-style-type: none">・日本食の伸びに合わせて、ジャポニカ米の需要も増加する・日本産米とアメリカ産米の品質差は品種だけでなく収穫後の調製にもある・現地ニーズに合致した日本産米が売れる可能性を持つ
B社	<ul style="list-style-type: none">・日本食はさらに伸びることから、ジャポニカ米の需要も増加する・コメの価格は堅調で、2003年・2004年のような価格下落はないとみている・日本産米はアメリカ国内では狭い市場環境。日本産米で商品開発したところ、粘りの強さを敬遠された。
C社	<ul style="list-style-type: none">・コメの価格が大きく下落することはない・カリフォルニア米が基準になっていることから、日本産米が受け入れられるのかは不透明(食味のベースがカリフォルニア米)

ヒアリング調査により作成

5. まとめ

◆ヒアリング調査の日本食レストラン3社からみた日本食レストランの市場環境

- 日本食への関心は高まっている
- 日本食レストランの数は増加
- 日本食レストラン以外でもコメを利用



◆ジャポニカ米(中・短粒種)の需要も高まる



◆コメの食味について(顧客への対応として)

- カリフォルニア米が基準になっている
- 日本人の好みを受容されるとは限らない
- コメの美味しさとは何か？